

europa star

HORA LATINA

JAEGER-LECOULTRE
180 AÑOS
DE RELOJERÍA



ESPECIAL WEB & IPAD

MARAVILLAS MECÁNICAS:

ESCAPANDO DE LOS LÍMITES DEL ESCAPE DE ÁNCORA

TAG HEUER – URBAN JÜRGENSEN

TIENDAS RELOJERAS: BOUTIQUES DE MARCA – PROS Y CONTRAS

www.horalatina.com





MASTER GRANDE TRADITION TOURBILLON CYLINDRIQUE À QUANTIÈME PERPÉTUEL JUBILEE de Jaeger-LeCoultre
Caja de 42mm en platino 950, esfera en tono plateado con el tradicional círculo de minutos, marcadores horarios en forma de bastón, sub-esfera de fecha a las 9 en punto, sub-esfera de mes y año a las 12 en punto y sub-esfera de día circundando la fase lunar a las 3 en punto. Impulsado por el Calibre 985 automático de Jaeger-LeCoultre que opera a 28.800 vibraciones por hora y ofrece 48 horas de reserva de marcha. Torbillon volante visible a las 6 en punto con muelle de volante cilíndrico con dos curvas terminales. www.jaeger-lecoultre.com

DESCUBRA TODOS NUESTROS ARTÍCULOS ACTUALES ONLINE:



EN PORTADA
Jaeger-LeCoultre – 180 años de relojería enraizadas en la excelencia y la innovación



EDITORIALES
Se declara la Guerra
Retro perspectiva 2012-2013 - Consolidación de los Imperios
Lakin@Large- David & Goliat o la 'competencia desleal'



ESCAPES
Escapando de los límites del escape de áncora
TAG HEUER – Ondas y magnetismo al servicio de la regulación
URBAN JÜRGENSEN – La innovación al servicio de la tradición



TIENDAS RELOJERAS
Boutiques de Marca – Pros y Contras



RELOJES DEPORTIVOS
Relojes Especializados para profesionales



RELOJES PARA SEÑORA
El Cielo es el límite



ARTÍCULOS
DeWitt en dulce armonía
Deep Space de Vianney Halter
TAG Heuer rompe la barrera de los 1.000 millones
La bien engrasada maquinaria relojera del Swatch Group
Zenith, un caso de libro de texto
Tissot: La factoría de relojes
Blancpain, la granja en la puerta de al lado de la factoría
Louis Vuitton, integración vertical desde arriba
El porta-aviones Hublot
Urwert: Muy alta interactividad mecánica
De Bethune - Finalmente...la emoción
Seiko celebra los 100 años del primer reloj de pulsera Japonés
Citizen Solar
El G-Shock deviene Mecano



PERFIL MINORISTA
Comercial H. BRIONES, Chile

¡SERVICIO POR FAVOR!
Servicio al cliente colaborador en Ice-Watch

WORLDWATCHWEB
Las plataformas más influyentes de foros relojeros entre coleccionistas y aficionados
El WorldWatchReport™ 2013 destaca las tendencias que tienen impacto en la industria de los relojes de lujo

EN LA WEB O EN SU IPAD WWW.HORLATINA.COM
(España: WWW.EUROPASTAR.ES)

EUROPA STAR en español desde 1942

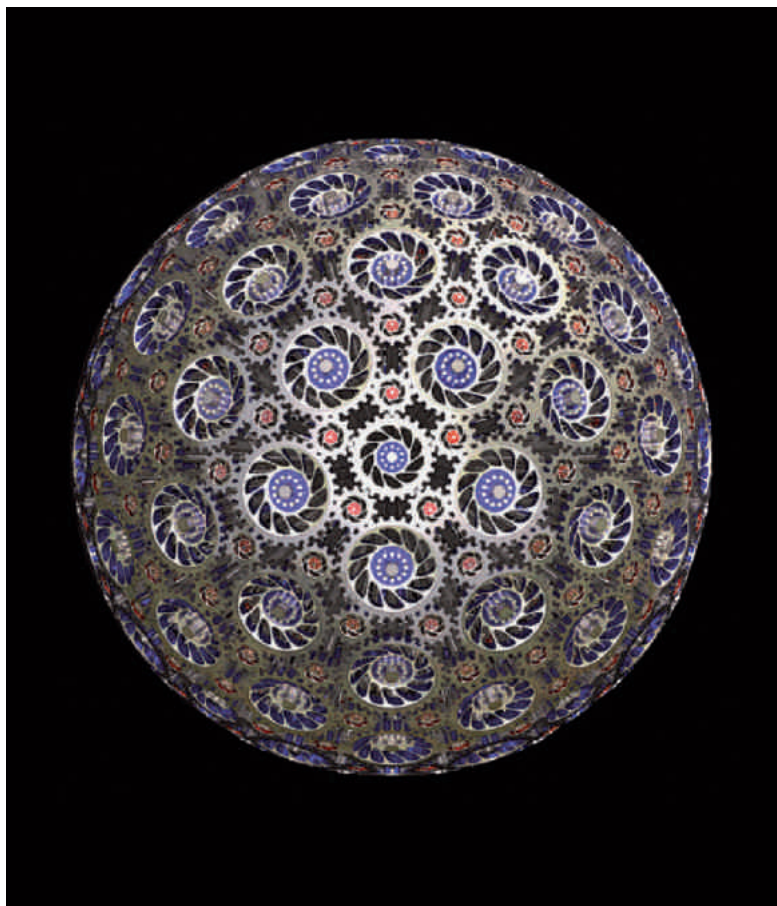


ESCAPANDO DE LOS

El llamado escape de áncora suizo ha disfrutado de un recorrido ininterrumpido en la relojería mecánica desde que fue inventado en 1757 por Thomas Mudge, quien tuvo éxito en la adaptación del escape de palanca clásico para relojes portátiles. Justo cuando este escape estaba a punto de ser olvidado, Georges Auguste Leschot lo revitalizó en 1825. Desde entonces, su éxito ininterrumpido fue un factor importante en el florecimiento de la industria relojera Suiza. Este éxito se debe a sus cualidades intrínsecas: es robusto, fiable y relativamente fácil de producir y permite un ajuste de alta precisión, a diferencia de algunos de sus rivales que ya no existen, como el escape de cilindro, que era mucho menos preciso, o el escape de retén, que era muy sensible a los golpes (Lea el artículo de Paul O'Neil sobre Urban Jürgensen para saber más acerca del renacimiento del escape de retén).

El tornado que rodeó la llegada de la tecnología de cuarzo era tan fuerte que este regulador mecánico estuvo a punto por segunda vez cerca de ser arrojado en el olvido. Pero, como sabemos, salió de la crisis más fuerte que nunca y, con mejoras constantes en su desempeño, el escape de áncora suizo continúa, unos dos siglos después de su invención en primera fila, para dotar a la gran mayoría de los relojes mecánicos simples o de prestigio. La persistencia de esta antigua tecnología es en sí misma una anomalía única: además de la bicicleta, ¿que otra tecnología ha durado tanto tiempo a pesar de estar científicamente anticuada - al menos en términos de cronometría?

LÍMITES DEL ESCAPE DE ÁNCORA



△ "Aquí un conjunto de 242 engranajes cónicos de enclavamiento dispuestos para girar libremente a lo largo de la superficie de una esfera. Esta esfera se compone de 12 engranajes de color azul con 25 dientes cada uno, 30 engranajes de color amarillo con 30 dientes cada uno, 60 engranajes de color naranja con 14 dientes cada uno, y 140 pequeños engranajes de color rojo con 12 dientes cada uno." Paul Nylander, bugman123.com

Con la relojería mecánica ha resistido el paso del tiempo y reafirmó su posición dominante en términos de prestigio, el escape de áncora Suizo continuó su camino, sin nada (o casi nada) que amenazara su primacía. Además de sus ventajas inherentes, el escape de áncora ha gozado de tanta adopción generalizada que también ha sido capaz de beneficiarse de enormes esfuerzos de industrialización y racionalización de su producción. Y sabemos que, a pesar de lo que a menudo pensamos, que la industrialización implica una mayor fiabilidad.

Pero en los últimos años, los relojeros han embarcado en una carrera conceptual y económica que ha visto la búsqueda de otras soluciones para escapes mecánicos que podrían o bien ofrecer mejores resultados o los diferenciaran de sus competidores. Hasta el momento, ninguna de estas soluciones innovadoras ha conseguido hacerse un hueco notable en la supremacía del escape de áncora, con la rara excepción de la decisión de Omega de desarrollar la producción en masa del escape co-axial inventado por George Daniels.

Una de las marcas, sin embargo, se destaca en esta área: TAG Heuer. Durante unos años, TAG Heuer ha estado comprometida con la investigación científica real para desarrollar nuevos y radicalmente diferentes escapes que permitan a la marca para ir más allá de los límites impuestos por el escape de áncora suizo, en particular en el campo de la alta frecuencia que permiten medir intervalos de tiempo muy cortos. (Lea el artículo de Pierre Maillard para más información al respecto).

Pero mientras que TAG Heuer es la pionera en este campo, otras marcas están buscando nuevas soluciones, por ejemplo, con el escape constante - la falta de coherencia en el escape de áncora es uno de sus puntos débiles - o incluso los escapes híbridos. ■

Pierre M. Maillard
Redactor Jefe
Europa Star



TAG HEUER – ONDAS Y MAGNETISMO AL SERVICIO DE LA REGULACIÓN

TAG Heuer es la primera en explorar una nueva vía para la regulación de los relojes mecánicos.

MIKROGIRDER

Estamos en 1747, diez años antes de que Thomas Mudge adaptara el escape de áncora a los relojes portátiles. Jean le Rond d'Alembert, un famoso matemático Francés y enciclopedista, publicó su teoría sobre las "cuerdas vibrantes" ... ¿Qué es eso exactamente? En matemáticas, fue la primera ecuación de onda. Describe "la variación en el tiempo y en el espacio de una cantidad ondulante", por ejemplo, una longitud de una cuerda que comienza a vibrar. O, por poner otro - bien conocido - ejemplo, esta ecuación se utiliza para medir los efectos de la onda generada por una tropa marchando a través de un puente, que empieza a vibrar rítmicamente, provocado por una onda que puede conducir a su destrucción. ¿Pero que es lo que esta ecuación tiene que ver con la relojería mecánica?

A pesar de que no se le encontró ninguna aplicación práctica durante mucho tiempo, la ecuación de d'Alembert encontró un uso importante en la ingeniería civil. Esto allanó el camino para el desarrollo del "extensómetro de cuerdas vibrantes" indicadores que pueden medir las deformaciones en el hormigón causadas por variaciones en la constricción de grandes edificios, torres, presas y centrales nucleares. También se utiliza para calcular los movimientos que puedan perturbar los cables de un puente colgante, la catenaria de una línea de ferrocarril, o sencillamente, las cuerdas de una guitarra. Sólo comenzó a ser utilizado en la relojería en 2012, después de haber sido

adoptada por la intuición racional de Guy Semon, Jefe de Investigación y Desarrollo de TAG Heuer.

UN PEQUEÑO PASO ATRÁS

Pero para llegar a este estadio, tenemos que dar un paso atrás. Todo comenzó en 2003, cuando TAG Heuer compró la idea del "concept watch" V4 de Jean-François Ruchonnet. Sin embargo, el desarrollo y la producción de este nuevo tipo de reloj, utilizando correas de transmisión en lugar de los trenes de engranajes tradicionales, requiere conocimientos técnicos y habilidades técnicas específicas que estaban más allá de las del mundo de la relojería. Después de haber decidido desarrollar y vender este producto de vanguardia fuera como fuere, TAG Heuer acudió a consultores de otras áreas, tales como la industria del automóvil, la aeronáutica y las tecnologías de vanguardia. Así fue como Guy Semon, físico, matemático, ingeniero, profesor universitario y ex empleado del Departamento de Defensa Nacional de Francia, entró en contacto con los equipos de TAG Heuer. Esto fue en 2004. En 2007, TAG Heuer invitó a Guy Semon a unirse a la empresa con el fin de crear un departamento de investigación y desarrollo digno de este nombre. Jean-Christophe Babin, CEO en ese momento de TAG Heuer, perseguía una visión muy innovadora de lo que la investigación y el desarrollo deben ser para la marca, que, a pesar de dedicarse a la relojería clásica, se había hecho un nombre por sí misma con los avances tecnológicos en el campo de la precisión y el desempeño del cronometraje.

LOS LÍMITES INTRÍNSECOS DEL VOLANTE-ESPIRAL

Guy Semon empezó a trabajar con herramientas como la teoría, las matemáticas y la física, que eran inusuales para los relojeros tradicionales.

Pronto descubrió que la pareja tradicional del volante y el muelle del volante, inventada en 1675 por Christiaan Huygens y mejorada por Thomas Mudge un siglo más tarde, tenía serias limitaciones cuando se trataba de aumentar su frecuencia con el fin de medir intervalos de tiempo muy cortos.

En BaselWorld en 2011, TAG Heuer presenta su Mikrotimer Flying 1000, vibrando a 500 Hz, o la escalofriante cifra de 3,6 millones de vibraciones / hora. ¡A esta frecuencia, el reloj puede medir y mostrar tiempos hasta 1/1.000 de segundo! Para lograr este resultado espectacular, TAG Heuer continuó su investigación sobre la tecnología de la cadena dual que comenzó el mismo año con el Heuer Carrera Mikrograph, lo que podía mostrar las centésimas de segundo, gracias a dos órganos reguladores diferentes, oscilando a 28.800 vibraciones/hora, para las horas, minutos y segundos, y 360.000 vibraciones/hora, o 50Hz, para el cronógrafo a 1/100 de un segundo.

Pero en la frecuencia de 500 Hz que la marca ha logrado, donde el segundero da diez vueltas completas por segundo, empezamos a ir más allá de los límites de lo Huygensiano en relojería: el escape ya no necesita un volante, porque a esta

alta velocidad el muelle tendría que ser tan rígido (específicamente, sólo tiene cuatro vueltas, y es diez veces más rígido que un muelle normal) que el volante ya no es necesario para el retorno.

Pero con este movimiento sin volante, se llega a los límites físicos: Las paletas empiezan a tener dificultades para seguir la cadencia. Puesto que no pueden girar a velocidad constante, no pueden satisfacer el ritmo requerido por el regulador. El resultado es un desequilibrio dinámico y energético porque se ha alcanzado el límite del sistema. Para Guy Semon, este fue el punto de partida para buscar a una nueva tecnología para la regulación.

D'ALEMBERT REGRESA AL ESCENARIO

En teoría, la "cuerda vibrante perfecta" postulada por d'Alembert, con infinita flexibilidad, tensión constante, una elasticidad perfecta e insensible a la gravedad, transmite una onda de manera uniforme a lo largo de toda su longitud. Por consiguiente, la onda tiene una oscilación isócrona.

En la práctica, la aproximación más cercana a esta onda perfecta teórica debía ser encontrada. El principio elegido para conseguirlo parece simple y combina tres



El regulador de microcuchillas del MIKROGIRDER 5/10000 de segundo



“haces vibratorios”: un haz excitador unido a la palanca y un oscilador que consiste en un fino “haz” que están unidos por un “enganche”, que es en sí mismo también un “haz”. Excitando el oscilador de modo tan que se pone tan cerca como sea posible a la “onda perfecta” de la teoría, y que empieza a vibrar a frecuencias perfectamente definidas. Se puede ajustar utilizando un excéntrico que alarga o acorta el haz vibratorio, un poco como afinar una guitarra. Este nuevo tipo de oscilador “no Huygensiano” es por lo tanto lineal - ¡como un cuerda!

Pero, como en cualquier movimiento clásico, la potencia mecánica se transmite de una manera no constante al piñón de rueda de escape. Con el fin de compensar esta transmisión no constante de la energía, el ángulo de escape debe ser tan bajo como sea posible. Por consiguiente, la rueda de escape tiene el doble del número habitual de los dientes, 40 en lugar de 20. Por consiguiente, la función tradicional de “reposo” actúa para limitar la velocidad y evitar cualquier carrera fuera de control. La geometría del punto de contacto entre la palanca y la rueda de escape también se ha revisado con el fin de maximizar la compensación.

Para la inercia de la transmisión, un “sistema de desacoplamiento de la relación entre el piñón de escape y la rueda de escape” fue diseñado en la forma de un resorte que se enrolla cuando la transmis-

△ EL TAG HEUER MIKROGIRDER

ión está bajo carga y en el momento de la caída restaura la energía de modo que la “aceleración de la rueda de escape alcanza su máximo, independientemente de la transmisión”. La energía cinética se propaga en el excitador, se transforma en energía potencial y se transmite al “haz vibrante del acoplador”. Este último transmite “energía de excitación” que llega al final del “haz oscilante”, lo que resulta en el desplazamiento de acuerdo con el modo vibratorio, que es la de la frecuencia deseada.

Hay muy poca inercia y prácticamente no hay amplitud (vibra muy rápidamente, pero las oscilaciones son muy bajas): por lo tanto, el sistema consume menos energía que un volante de muelles. Otro de los beneficios, por lo tanto, de las altas frecuencias, es que la reserva de marcha puede ser mucho más alta.

UN ÓRGANO REGULADOR ESPECIALMENTE ADAPTADO PARA INTERVALOS DE TIEMPO MUY CORTOS

Regulado de esta forma, el TAG Heuer Mikrogirder concept watch “vibra” a una frecuencia alucinante de 7.200.000 vibraciones/hora, o 1.000 Hz, lo cual es bueno para medir 1/2.000 de segundo (TAG Heuer prefiere hablar de 5/10.000). Gracias al sistema de doble escape, la

cadena Huygensiana “normal” de las indicaciones de tiempo y de la cadena “vibratoria” para el cronógrafo de 1/2.000 de segundo no se afectan entre sí en absoluto.

¿Y qué pasa con la lectura de estos tiempos? Las fracciones de 1/100, 1/1.000 y 1/2.000 de segundo se leen en una escala exterior alrededor de la circunferencia de la esfera y se muestran a través de una aguja central que realiza 20 revoluciones por segundo. Una segunda escala, a las 12 horas, se divide en fracciones de tres segundos, mientras que una tercera escala, a las 3 horas, muestra las décimas de segundo.

El sistema es teóricamente adecuado para todas las frecuencias, pero por debajo de 50 Hz tiene una tendencia a bloquearse. Así que este nuevo tipo de órganos de regulación, aunque perfectamente adaptado para medir tiempos muy cortos, está menos adaptado a la simple visualización de la hora, los minutos y los segundos. Por tanto, es poco probable que reemplace al bien envejecido, escape de áncora “Suizo”.

PENDULUM

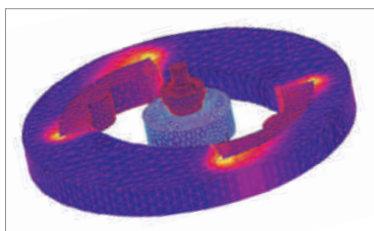
Un año antes, en 2010, TAG Heuer y el equipo de Guy Semon presentaron otro órgano regulador totalmente diferente que prescinde del muelle tradicional a favor de su equivalente magnético: el Concept Watch Pendulum.

En este caso, se mantienen la rueda de escape y la palanca. Pero el corazón del sistema, el volante-espiral, se sustituye por un estator magnético y un rotor. Aún más radical que el “Girder”, este sistema se aleja de la relojería tradicional hacia los misterios de la física, casi al borde de la física cuántica.

EL ESTATOR Y EL ROTOR A LA PALESTRA

El dispositivo que reemplaza el resorte se compone de cuatro imanes. Dos de estos imanes, uno positivo y otro negativo y magnetizados en una sola dirección, están dispuestos cara a cara en la circunferencia, sostenidos por un soporte de hierro dulce fijo que forma una especie de jaula de Faraday. En el centro, sobre el mismo eje que la rueda del volante y se manteniéndose en su lugar mediante un puente tradicional, otros dos imanes están dispuestos en un móvil rotatorio y por lo tanto alternan sus polos positivo y negativo, lo que crea un campo magnético a cada lado del dispositivo alternativamente. Para que esto funcione, los imanes tenían que tener una forma especial con el fin de “linealizar” su fuerza (porque uno de los problemas con los imanes es que su fuerza disminuye rápidamente en proporción inversa al cuadrado de la distancia que los separa) y disponerlos con mucho cuidado, para que puedan ser controlados en tres dimensiones para garantizar que proporcionan un par motor lineal





suficiente para devolver las oscilaciones alternas del volante. Sobre el papel, las ventajas de este sistema saltan a la vista: los campos magnéticos son insensibles a la gravedad y los choques y por lo tanto a las dos deficiencias congénitas del tradicional muelle de volante. Añadir a esto la sencillez de montaje que hace que el trabajo del relojero sea mucho más fácil. Sin embargo, un problema serio siguió, sin embargo: imanes son muy sensibles a la temperatura. Así que el problema era ¿cómo desarrollar un imán tan insensible como fuera posible a las diferencias de temperatura que podrían afectar su precisión? De alguna manera, la gente de TAG Heuer se enfrentaba con el mismo problema presentado por el muelle de volante antes de la invención del Elinvar por Guillaume en 1920. Pero si este importante reto, así como otros con respecto a la densidad de energía de los imanes, como su producción, sus dimensiones físicas, la linealidad del par de torsión magnético como una función de la amplitud, podría ser superado, el teórico Pendulum, con sus 6 Hz, sus 43.200 vibraciones/hora, sin pérdida de la amplitud y la posible modulación de

su frecuencia sin sobrecargar la fuente de alimentación, podría ofrecer verdaderas ventajas para la precisión y el rendimiento.

EN LOS LÍMITES DE LA FÍSICA CUÁNTICA

Tres años más tarde, estos problemas parecen haber sido resueltos, usando la teoría del magnetismo, la geometría espacial y algoritmos genéticos ... Es difícil entrar en el detalle de la investigación de alto nivel aquí, porque los conceptos utilizados son muy especializados. Baste decir, sin embargo, que los imanes utilizados están hechos de una aleación ferromagnética compleja que comprende cobalto, samario y gadolinio. La particularidad de este último elemento, uno de los elementos de las tierras raras, es que actúa como una "variable para ajustar el campo magnético". En otras palabras, con la dosificación correcta de la cantidad de gadolinio, se pueden compensar las variaciones en el campo magnético causados por la temperatura, con la aleación actuando como un escudo que absorbe las diferencias de calor. La "linealidad del par de torsión como una función de la amplitud" es otro obstáculo a superar.

Si el campo magnético creado por los imanes es y sigue siendo constante, el par generado por el rotor sólo dependerá de la amplitud. Pero las líneas de los campos magnéticos creados no permanecen exclusivamente en el interior del plano del péndulo, ya que alcanzan también el espacio que lo rodea. Esta "pérdida de hierro" actúa como una especie de fricción magnética. Usando el modelado, la "geometría de los imanes estáticos tiene que ser adaptada" de modo que las líneas de fuerza magnética estén perfectamente alineadas y "guiadas en el plano de los imanes". Sólo de esta manera se puede obtener un par mecánico constante en el eje del volante para una amplitud dada. Fue en la investigación de esta geometría en la que los algoritmos genéticos complejos fueron empleados para obtener la linealidad del par de torsión por sucesivas optimizaciones topológicas. El resultado final es que el sistema de péndulo alcanza niveles de rendimiento que son comparables con las de un muelle de volante, sin embargo, no están a la altura de los requisitos COSC, que expresan la sensibilidad a la temperatura en la variación de la tasa diaria que se mide por el grado de diferencia de

temperatura. En concreto, se trata de 0,6 segundos/día/°C para el COSC, contra 1 segundo/día/°C para el Pendulum que se presentó este año en Baselworld. Un excelente rendimiento mecánico, matemático y físico. ■



Descubra más en
www.horlatina.com

▽ El **TAG HEUER CARRERA MIKROPENDULUMS**, con dos péndulos magnéticos que sustituyen a los espirales, uno para dar la hora y otro para cronometrar. Compuesto por 454 componentes de trabajo, su cadena de reloj, gira a 12Hz y su cadena de cronógrafo gira a 50Hz (60 minutos de reserva de marcha). El cronógrafo tourbillon, el más rápido del mundo, controla la 1/100 de un segundo, late 360.000 veces por hora y gira 12 veces por minuto. La caja está forjada a partir de una aleación totalmente biocompatible de cromo y cobalto, que es más dura que la aleación de titanio utilizada en la aviación y la cirugía. El diseño de la caja con la colocación de la corona a las 12 horas, se basa en el reloj ganador de la Aiguille d'Or 2012, el TAG Heuer Carrera MikroGirder y el Carrera 50 Year Anniversary Jack Heuer edition. Los dos Pendulums tourbillon y sus sólidos puentes de oro rosa (18-quilates 5N) son visibles a través de la esfera de antracita finamente satinada. La aguja aplicada "100" a las 12 horas es también de oro rosa macizo. El contador cronógrafo de minutos está a las 12 horas, el cronógrafo de segundos a las 3 horas y la reserva de marcha del cronógrafo a las 9 horas. La escala de 1/100 de segundo nivel aparece en la brida de plata. La correa de cocodrilo de color gris antracita está cosida a mano de cocodrilo gris, alta tecnología en cuanto a estilo y suave al tacto.

▷ El **TAG HEUER CARRERA MIKROPENDULUM** es una plataforma de doble cadena de 371 componentes con un sistema de volante-rueda para el reloj (28.800 alternancias por hora (4 Hz) con una reserva de marcha de 42 horas), y un sistema de péndulo sin espiral para el cronógrafo (360.000 latidos por hora (50 Hz) con una reserva de marcha de 90 minutos). La corona recarga el cronógrafo: el reloj funciona con un clásico movimiento automático certificado COSC impulsado por una masa oscilante. La caja es de 45 mm en titanio arenado, satinado y pulido. El péndulo se exhibe orgulloso a las 9 en punto. El contador de minutos del cronógrafo está a las 3 horas, los segundos del cronógrafo a las 6 horas y el indicador de reserva de marcha del cronógrafo a las 12 horas. Las 1/100t de segundo se muestran en una aguja central de barrido roja de y se miden en una escala de 1/100 de segundo en la brida de antracita. Una correa de alta tecnología en suave piel de cocodrilo cosida a mano de color negro antracita con cierre desplegable de titanio culmina su aspecto deportivo.



URBAN JÜRGENSEN – LA INNOVACIÓN AL SERVICIO DE LA TRADICIÓN

Urban Jürgensen adapta el escape de retén al reloj de pulsera

Le debemos la invención del escape de retén en gran parte a la Longitude Act aprobada por el Parlamento Inglés el 8 de julio de 1714, que ofrecía una recompensa de 20.000 £ a cualquiera que pudiera encontrar un método para determinar la longitud con una precisión de medio grado. Un premio similar fue ofrecido por la Academia de Ciencias de Francia cuatro años después. Por lo tanto, no es casualidad que los nombres asociados con el desarrollo del escape de retén y los cronómetros marinos sean Ingleses o Franceses: John Harrison, George Graham, Thomas Mudge, John Arnold, Thomas Earnshaw, Pierre Le Roy y Ferdinand Berthoud.

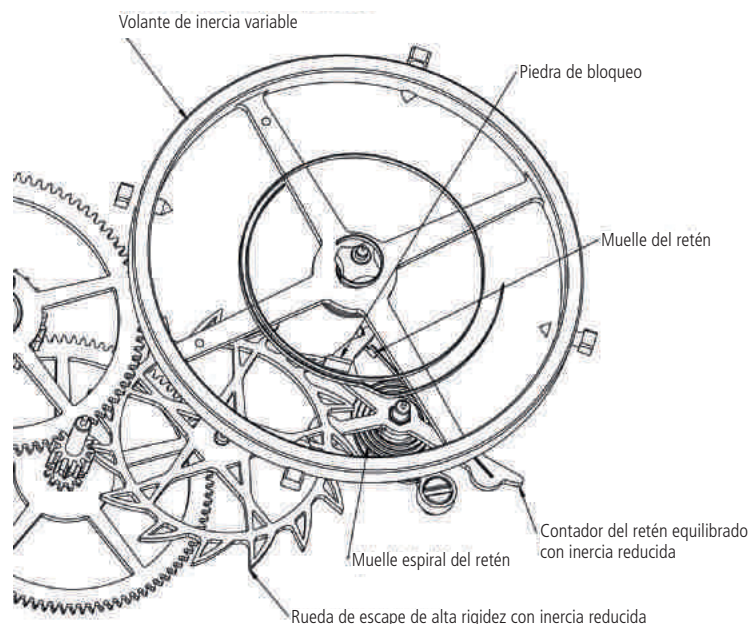
A Le Roy se le atribuye la invención del primer escape de retén a mediados de 1700, a pesar de todos los relojeros mencionada produjeron sus propias configuraciones en la carrera para producir un cronómetro marino suficientemente preciso para ganar los importantes premios que se ofrecen. El objetivo principal del escape era permitir que el volante oscile con la mayor libertad posible, sin ser afectado por la fricción del tren de engranajes. El diseño resultante utiliza un retén para proporcionar un impulso directamente al volante de la rueda de escape, haciéndolo así sólo una vez para cada oscilación del órgano de regulación, en lugar de dos veces como en el caso del escape de áncora. Si bien esto otorga unos beneficios obvios en términos de precisión, el propio escape de retén era mucho más propenso a los choques que el escape de áncora tradicional. No hay problema en un cronómetro marino montado en cardanes en una caja de madera sólida, pero es poco práctico para su uso

en un reloj de bolsillo más pequeño o en un reloj de pulsera.

Para Helmut Crott, el dueño de Urban Jürgensen, el diseño del retén era la elección natural cuando se buscaba un nuevo tipo de escape para la marca, por dos razones principales. “Sabemos que el escape de retén es el más preciso, porque el volante está libre, pero hay el problema de la resistencia a los golpes. Pero el escape de retén es también parte de la historia de la relojería de alta precisión. Se trata de un vínculo entre el pasado y el presente, pero queríamos dar un paso hacia adelante en lugar de simplemente copiar un diseño antiguo”.

La sensibilidad del escape de retén a los choques significa que hay un riesgo de “galope”, la liberación no deseada de la rueda de escape, lo que puede dañar el movimiento o incluso detenerlo. La elegante solución de Urban Jürgensen a este problema es un retén especialmente diseñado que tiene un contrapeso perfectamente equilibrado al rubí de la paleta situada en el otro extremo de la palanca. “El truco consistía en asegurarse de que la horca de la paleta pudiera ser devuelta si trataba de escapar,” continúa el Sr. Crott. “Así que hemos añadido una pequeña abertura de 15 a 20 ° en el rodillo de seguridad, donde el retén puede penetrar.

▽ Vista ampliada del retén pivotado



△ Escape pivotado de retén de Urban Jürgensen

Esa es la base de nuestra patente, pero el sistema es, por supuesto, más complicado y depende de la ligereza de los materiales utilizados y de los métodos utilizados para su fabricación. Por poner sólo un ejemplo, el rubí que se utiliza para la piedra de bloqueo es sólo 0,08 mm de grosor, por lo que es muy difícil de producir”.

Pero el escape de retén pivotado ofrecido por Urban Jürgensen es sólo un elemento de un paquete global que ha sido diseñado desde cero por la marca, y que incluye un volante de inercia variable con una inercia de 24g/cm³ (el doble de la cifra normal de 12 g/cm³) y el optimizado de los perfiles de los dientes de las ruedas de engranajes. “Queríamos un movimiento sólido que hubiera sido simulado y probado y que proporcionara una gran cantidad de energía, lo que nos daría una mayor flexibilidad de la regulación”, explica Crott.

La visión a largo plazo de Helmut Crott sobre la evolución de este escape

también considera la importante cuestión del servicio post-venta. “Nuestro objetivo es tener un movimiento que cualquier relojero experto puede montar o trabajar en él”, dice. “En 50 o 100 años, un relojero experimentado aún debe ser capaz de repararlo.” Estas cifras pueden parecer exageradas, pero ilustran bien la apreciación del Sr. Crott de la tradición y la necesidad de perpetuar el diseño clásico. Aunque la marca produce sólo 50 ejemplos de este escape de cada año, su objetivo es aumentar esta cifra con un proceso de industrialización gradual, manteniendo al mismo tiempo la exclusividad del escape. Los modelos que ofrecen el escape de retén pivotado se venden junto con los de áncora propios de la casa, y como el Sr. Crott sugiere a Europa Star, también se les podría unir en el futuro un tourbillon junto con el escape de retén pivotado de la marca. ■



Descubra más en
www.horlatina.com

JAEGER-LECOULTRE – 180 AÑOS DE RELOJERÍA ENRAIZADAS EN LA EXCELENCIA Y LA INNOVACIÓN

La historia de la manufactura de relojes Jaeger-LeCoultre, que celebra su 180 aniversario este año, está indisolublemente ligada a la historia de un lugar: la Vallée de Joux. Fue en este frío y, al tiempo, inhóspito lugar, situado a una altitud de más de 1.000 metros y poblado por osos y lobos, donde cierto Pierre LeCoultre se estableció en 1559. Él era un refugiado hugonote que había huido de la persecución religiosa. Fue en estas tierras glaciales que fundó una pequeña comunidad que dio lugar a descendientes. Su hijo construyó un templo en 1612 que marcó el nacimiento de la aldea de Le Sentier.

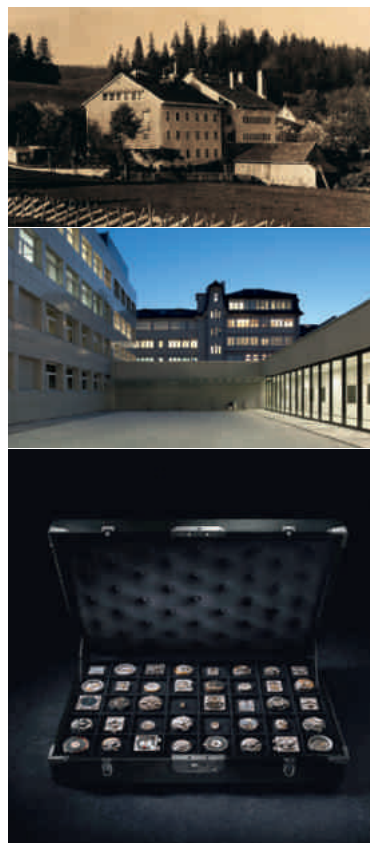
Casi dos siglos después, en 1803, nació uno de sus descendientes directos, Antoine LeCoultre. Su familia tenía una pequeña fragua y, trabajando junto a su padre, el joven Antoine descubrió su pasión por la metalurgia, la invención de nuevas aleaciones, el perfeccionamiento de las hojas vibrantes de las cajas de música y que luego derivó en la producción de hojas de afeitar. El joven tenía ideas progresistas y trató de reconciliar su experiencia con el floreciente crecimiento en el conocimiento científico. Y por ello recurrió a la expresión más noble de la metalurgia y el arte mecánico: la relojería.

1833 es la fecha clave. Antoine LeCoultre acababa de inventar una máquina revolucionaria que podía cortar piñones para relojeros. Por lo tanto, decidió abrir su primer taller, de forma natural en el pueblo fundado por su antepasado, Le Sentier. Metódicamente, científicamente, aprendió las principales habilidades de la relojería. Con el fin de producir un movimiento de reloj racionalmente, inventó una serie de máquinas, incluyendo el Millionomètre en 1844: el primer instrumento de la historia capaz de medir la micra. Este fue un paso de gigante en el campo de la precisión y,

en 1866, el taller se convirtió en el primer fabricante de relojería en la Vallée de Joux. Por primera vez, todas las habilidades que hasta entonces habían sido propagadas a través de cientos de pequeños productores con base en el hogar se reunieron bajo el mismo techo. Conocimiento, secretos y técnicas comerciales se intercambian y la gente se alimentaba de las ideas de los otros, lo que ayudó a llevar a cabo los primeros procedimientos parcialmente mecanizados para producir movimientos complicados. Cuando murió en 1881, su hijo Elie se hizo cargo de las riendas de lo que a partir de ahora sería conocida como "La Grande Maison" ("La Gran Casa"), donde trabajaban unas 500 personas. De 1860 a 1900, ¡la *Manufacture* creó más de 350 calibres diferentes! La mitad de ellos incluían complicaciones: 99 repetidores diferentes, de los cuales 66 eran repetidores de minutos, 128 cronógrafos, y 33 calibres que combinaban un cronógrafo y un repetidor. Y a partir de la década de 1890, la *Manufacture* comenzó a fabricar sus propias grandes complicaciones, que comprendían las tres grandes complicaciones relojeras: el calendario perpetuo, el cronógrafo y el repetidor de minutos.

UNA ACELERACIÓN EN LA INNOVACIÓN EN EL INICIO DEL SIGLO XXI

Hoy en día, la *Grande Maison*, todavía se encuentra en el mismo lugar, emplea a más de 1.000 personas, maestras en más de 180 oficios relojeros y en más de 20 diferentes tecnologías avanzadas. La lista de sus logros es demasiado larga para presentarla aquí. Convertida en Jaeger-LeCoultre en el umbral del siglo XX, a raíz de un encuentro entre el relojero naval Parisino Edmond Jaeger y el nieto del fundador, Jacques-David LeCoultre, que aportó sus pioneras piezas de vanguardia: el reloj más delgado del mundo, equipado con el



calibre LeCoultre 145 (1.38mm de grosor), el reloj Duoplan (1925), el calibre 101, el movimiento mecánico más pequeño producido nunca (1929), el Atmos perpetual pendulum (1931), el Reverso, que no necesita presentación (1931), el reloj de cuerda automática con alarma Memovox (1956), el primer reloj de buceo automático con alarma, el Memovox Deep Sea (1959), la línea Master Control, que se somete a 1.000 horas de las pruebas más rigurosas (1992) ...

Este flujo ininterrumpido de hitos en la relojería incluso se ha acelerado desde el comienzo del siglo XXI: a día de hoy, se han producido desde el año 2000 más

de 75 nuevos calibres y se han registrado más de 80 nuevas patentes: grandes complicaciones, tourbillons, repetidores de minutos, cronógrafos, calendarios perpetuos, 15 días de reserva de marcha, los primeros calibres libres de lubricantes, etc. Relojes ultra-complicados, creaciones de alta joyería, así como muchas referencias diferentes de la gran relojería del siglo XXI, como el Atmos Mystérieuse (2003), el Gyrotourbillon 1 (2004), el Reverso grande complication à triptyque (2006), el Master Compressor Extreme Lab 1 (2007), el Reverso Gyrotourbillon 2 (2008), el Duomètre à Grande Sonnerie (2009), el Master Grande Tradition Grande Complication (2010), el Reverso Répétition Minutes à Rideau (2011), o el Duomètre Sphérotourbillon (2012).

LA JUBILEE COLLECTION, EN HOMENAJE A ANTOINE LECOULTRE

Con el año 2013 marcando los 180 años desde el inicio de esta increíble saga y la búsqueda incesante de la excelencia relojera, era natural para la marca producir una colección especial Jubilee "Tribute to Antoine LeCoultre".

Esta colección ofrece tres relojes que ofrecen características excepcionales que se destacan en tres campos fundamentales de especialización cultivados por la *Manufacture*: innovación absoluta en el campo de las grandes complicaciones, con el reloj Master Grande Tradition Gyrotourbillon 3 Jubilee, la ejecución perfecta dedicada a servir al rendimiento, con el Master Grande Tradition Tourbillon Cylindrique à Quantième Perpétuel Jubilee, y el rendimiento puro bajo las condiciones más exigentes, con el Master Ultra Thin Jubilee, el reloj de cuerda manual mecánico más delgado en la colección de relojes de Jaeger-LeCoultre.

MASTER GRANDE TRADITION GYROTOURBILLON 3 JUBILEE

El tercer modelo Grande Complication equipado con un movimiento Gyrotourbillon, el reloj Master Grande Tradition Gyrotourbillon 3 Jubilee cuenta con dos primeros logros mundiales: un nuevo muelle de volante que ya no es "sólo" cilíndrico, sino esférico, y la primera vez en la que un modelo de gran complicación está equipado con un cronógrafo digital de visualización instantánea ¡controlado por un solo pulsador!

El muelle de volante cilíndrico en el reloj Reverso Gyrotourbillon 2 ya era una hazaña importante tanto en términos técnicos como por la mano de obra que implica. Sin embargo, el nuevo y sin precedentes muelle de volante esférico utilizado en el movimiento Gyrotourbillon 3 es un genuino logro.

Se trata de un logro técnico sin precedentes que requiere más de dos años de desarrollo. Y si se considera que son necesarios dos días para hacer un solo muelle de volante esférico, da una mejor idea de la extrema dificultad de la tarea que requiere de una experiencia única desarrollada exclusivamente por la *Manufacture*. La elaboración implica

► Todas las indicaciones y funciones del **MASTER GRANDE TRADITION**

GYROTOURBILLON 3 JUBILEE son armoniosamente legibles y van alojadas dentro de una caja de sólo 15,5mm de grosor y 43,5mm de diámetro. Directamente inspirada en la gran tradición histórica de los relojes de bolsillo de la *Manufacture*, esta caja está hecha de platino 950 extra-blanco (950o/oo platino y 50o/oo de rutenio) pertenece claramente a la línea Master Control, pero ha sido repensada en todos sus detalles con el fin de dotarla de un grado aún mayor de refinamiento estético. Su bisel se ha adelgazado y sus curvas se han acentuado. Sus lados están satinados y su bisel y cuernos pulidos. El mismo cuidado decorativo se ha prodigado en hacer su movimiento. Inspirado en un movimiento realizado por Jacques-David LeCoultre en 1898, este nuevo Calibre Jaeger-LeCoultre 176 (21.600 alternancias por hora, reserva de marcha de 50 horas) está hecho de alpaca. Sus puentes y platina se han martillado a mano - un proceso largo y preciso que requiere de experiencia y de destreza y que se ha llevado a cabo en armonía con los más altos criterios tradicionales de la relojería.



una espiral progresiva del muelle en torno a una esfera de metal que le dará la forma necesaria. Sin embargo, toda la dificultad radica entonces en la eliminación del muelle del volante cilíndrico de la esfera sin tocar o echar a perder la forma de las propias bobinas ... Equipado con dos curvas terminales que garantizan una perfecta, concéntrica y regular “respiración”, que garantiza un rendimiento excepcional, comparable a la del muelle del volante cilíndrico, al tiempo que le proporciona una espectacular actuación. Azulado para acentuar su belleza, está fijado en el centro de un volante de oro de 14 quilates – al que también se le da el mismo matiz por medio de un tratamiento muy especial. El oro es primero revestido con PVD con una capa fina (menos de 5 micras) de hierro que se oxida a continuación en un horno para crear su notable color. Los azulados muelle del volante y rueda del volante - dan vida al doble esférico carro del movimiento Gyrotourbillon 3. Los dos carros están hechos de un nuevo tipo de aluminio. Mientras que la gran ventaja de aluminio radica en su extrema ligereza y el rendimiento de un tourbillon está directamente influenciado por la ligereza de su carro, también es un metal que sólo refleja la luz débilmente en un entorno oscuro. Para eliminar este defecto, un nuevo procedimiento ha sido desarrollado utilizando un tratamiento de PVD para revestir el aluminio con una capa muy fina de paladio, seguido de un tratamiento galvánico que le añade una capa de rodio - resultando en una brillantez sin precedentes.

El atractivo efecto visual se acentúa aún más por el contexto transparente dentro del cual se coloca. A falta de un puente, este movimiento volante Gyrotourbillon 3 crea la impresión de estar suspendido en el aire y hace parecer que la rotación tiene lugar en un estado de ingravidez.

La segunda característica de este reloj Master Grande Tradition Gyrotourbillon 3 Jubilee es su cronógrafo digital de visualización instantánea - una primicia

► **MASTER GRANDE TRADITION
TOURBILLON CYLINDRIQUE À QUANTIÈME
PERPÉTUEL JUBILEE**

en el campo de los modelos de gran complicación. Los minutos se visualizan en una abertura amplia (4,5 x 3mm) en dos discos de salto instantáneo: uno para las unidades y el otro para las decenas. La abertura aparece dentro de una sub-esfera a las 9 en punto indicando los segundos del cronógrafo. Por encima de él, se puede ver claramente el cronógrafo integrado de rueda de pilares que regula la función cronógrafo. Su activación y el arranque, parada y puesta a cero de las funciones de cronógrafo digitales se controlan a través de un pulsador individual a las 2 en punto. Mientras tanto, un indicador día / noche a las 3 en punto orbita dentro de la escala circular graduada de 24 horas. En el nivel superior, sobre el movimiento Gyrotourbillon 3, dos agujas azuladas indican las horas y los minutos en una esfera opalina.

**MASTER GRANDE
TRADITION TOURBILLON
CYLINDRIQUE À
QUANTIÈME PERPÉTUEL
JUBILEE**

En 1889, en la Exposición Universal de París, Jaeger-LeCoultre (conocida en ese momento como la *Manufacture LeCoultre*) fue galardonada con una medalla de oro. Se premió a la compañía “por el uso de equipos de última generación y la producción impecable de sus calibres complicados, cronógrafos y repetidores”.

Una reproducción de esta medalla de oro finamente grabada aparece en la masa oscilante del nuevo Master Grande Tradition Tourbillon Cylindrique à Quantième Perpétuel Jubilee. Ello sirve como un recordatorio vivo del papel pionero de la *Manufacture*, así como simbólicamente reafirma la extraordinaria continuidad de este espíritu innovador que ha sido su fuerza motriz a través de sus 180 años de historia en la relojería.



Este nuevo reloj es el epitome perfecto de esta herencia orgullosa. Directamente inspirado en los espléndidos relojes de bolsillo realizados por la *Manufacture* a finales del siglo XIX, ahora aparece en un nuevo diámetro, y una caja de 42mm con un espesor de 13,1mm hecha de platino 950 extra-blanco.

El bisel más delgado proporciona un amplio alcance óptimo para su gran esfera clásica graneada y plateada: un delgado círculo de minutos tradicional, marcadores horarios en forma de bastón, una sub-esfera para la fecha a las 9 horas, meses y años en una sub-esfera a las 12 horas, y una sub-esfera para los días rodea a la fase lunar a las 3 horas. Todas estas indicaciones son claras y fáciles de leer sobre el tourbillon visible a las 6 horas. El último es un tourbillon volante, es decir, sin ningún tipo de puente superior, una característica que le dota de una transparencia y profundidad excepcional. Esta transparencia permite una vista sin obstáculos del extraordinario latido del raro muelle del volante cilíndrico. Sin embargo, por refinada y sutil que sea, esto no es más que la expresión visual de una realidad técnica mayor.

Gracias a su desarrollo perfectamente isócrono asegurado por dos curvas terminales, este muelle de volante es cilíndrico, lo que implica un proceso de producción muy complejo, y asegura una clasificación de alta precisión para el nuevo Jaeger-LeCoultre Calibre 985 automático que equipa a este Master Grande Tradition Tourbillon Cylindrique à Quantième Perpétuel Jubilee. A pesar de su naturaleza técnica innovadora, el aspecto clásico y muy bien equilibrado de este reloj hace que se vea como si, sencillamente, hubiera existido siempre.

MASTER ULTRA THIN JUBILEE

En 1907, Jaeger-LeCoultre desarrolló el LeCoultre Calibre 145. Con tan sólo 1,38mm de grosor, sigue siendo el mecanismo más delgado jamás fabricado por la *Manufacture*. Aunque

► MASTER ULTRA THIN JUBILEE

EL CALIBRE 849

producido a través de toda la década de 1960, este movimiento fue fabricado en una número total de sólo 400 unidades – lo que elocuentemente ilustra la complejidad de la tarea que representa. Con motivo de 180 aniversario de la marca, era totalmente natural para Jaeger-LeCoultre celebrar de una manera especial su papel pionero en el campo de los relojes y movimientos ultra-delgados. Tan delgado como la hoja de un cuchillo, la caja impermeable del Master Ultra Thin Jubilee es tan sólo 4,05mm de espesor y 39mm de diámetro. En su interior late un Calibre Jaeger-LeCoultre 849 de cuerda manual. Compuesto de 123 partes y 1,85mm de espesor, este último está equipado con un barrilete libre de puente y un escape extremadamente pequeño. Por tanto, es uno de los movimientos más finos del mundo y, sobre todo, latiendo a 21.600 alternancias por hora, ha demostrado de forma consistente unas cualidades que podemos calificar de excepcionales y una excelente fiabilidad desde 1994. Su montaje, ajuste y extremadamente fina calificación también exigen una especial atención.

Este movimiento excepcional se aloja en una nueva caja en el reloj Master Ultra Thin Jubilee hecha de platino 950 extra-blanco. Irradiando una pureza estilística absoluta, el reloj cuenta con una esfera graneada plateada impecable con marcadores horarios en forma de bastón barridos por dos delgadas agujas en forma de bastón. Debajo de la firma Jaeger-LeCoultre, la fecha transferida “1833” ofrece un recordatorio discreto de la fecha de fundación de la *Manufacture*. ■



Descubra más en
www.horlatina.com



BOUTIQUES DE MARCA – PROS Y CONTRAS

Marcas de relojes de todos los tamaños siguen abriendo boutiques mono-marca en todo el mundo. Europa Star investiga esta tendencia y habla con los líderes de opinión en ambos lados de la cuestión.

Carrera y Carrera, Beijing



Este otoño, Bovet abrirá su primera tienda en los EE.UU., en el Ritz-Carlton

Hotel de la ciudad de Nueva York, la cuarta en el mundo de Bovet (después de Moscú, Bakú y Berlín).

El 20 de junio del 2013, Carrera y Carrera abrió una nueva tienda en Pekín, China, marcando la 40ª de la marca española en todo el mundo.

En enero de 2013, ocho boutiques de relojes abrieron al mismo tiempo en la Bonifacio High Street en el centro de Manila, Filipinas.

Las marcas están abriendo tiendas en cantidades nunca vistas antes, y el jurado aún está deliberando sobre si el énfasis en las boutiques es bueno o malo para la industria del relojera o, para el caso, para el consumidor de relojes.

¿POR QUÉ LAS MARCAS ABREN BOUTIQUES?

Hay toda una serie de razones por la que las marcas abren sus propias boutiques. En primer lugar, teniendo en cuenta el espacio de venta libre o espacio de exhibición en las tiendas independientes, una boutique es una forma de mostrar sus relojes exactamente como ellos quieren, y tener una selección tan completa como sea posible.

Al mismo tiempo, es una forma de que la marca pueda controlar por completo el mensaje. Los minoristas independientes tienen su propio personal de ventas, dirigido por el minorista, por lo que la marca tiene que depender de los asociados en ventas para decir y hacer lo correcto.

Con su propia boutique y de su propia gente, ellos pueden estar seguros de que su mensaje se va a transmitir como ellos quieren que se haga.

Asimismo, en el concepto de tienda tradicional, la relación con el consumidor

final siempre ha pasado por el minorista. Ahora que Internet ha abierto conexiones directas con el consumidor final, las marcas quieren más. Tener una boutique de marca significa que la marca interactúa directamente con el consumidor final. Sin intermediarios.

Una boutique tiene que ver también con la conciencia de marca. Incluso si los consumidores nunca han oído hablar de la marca, la reacción inmediata es que la marca debe ser algo especial si tiene su propia boutique.

Algunas marcas abren sus propias boutiques cuando no pueden encontrar el distribuidor adecuado en una ciudad, o no están contentos con los minoristas que actualmente la llevan. Es una medida extrema, pero no inaudita.

Y, por último, las marcas tienen la posibilidad de ganar más dinero cuando no hay un minorista independiente con quien

el margen deba ser compartida. La línea de la compañía es que aumenten las ventas en las tiendas de los minoristas independientes - algunos minoristas se hacen eco de ello, mientras que otros se niegan. En muchos casos, las marcas desarrollan relojes especiales que se desarrollan en exclusiva para y se venden sólo en la boutique.

Algunas de las marcas, por ejemplo, Patek Philippe, sólo tienen boutiques

“La imagen y la notoriedad de la marca sin duda juegan un papel importante en la apertura de una boutique, y en ciertos casos y ciertos mercados, incluso el papel mayoritario.” – Patrik Hoffmann

abiertas en colaboración con sus distribuidores actuales, pero la tendencia en este momento es abrir boutiques en competencia directa con los minoristas, o el cierre de sus tiendas existentes y reemplazarlas con boutiques.

Esto es lo que las marcas tienen que decir acerca de las boutiques:

Patrik Hoffmann, presidente de Ulysse Nardin:

“Una gran parte de la razón para la apertura de boutiques mono-marca es acercar al consumidor final a la marca y para proporcionarle un tipo de experiencia personalizada. Muchas veces los

minoristas están restringidos en cuanto a la profundidad de la colección que pueden mostrar. En una tienda mono-marca el consumidor se siente como si entrara en una sala de exposición y en un escaparate”.

“La imagen y la notoriedad de la marca sin duda juegan un papel importante en la apertura de una boutique, y en ciertos casos y ciertos mercados, incluso el papel mayoritario. En el caso de Ulysse Nardin,

vemos a los minoristas independientes como las piedras angulares de nuestra distribución y la mayor parte de nuestras boutiques mono-marca se hacen en cooperación con nuestros distribuidores independientes. Nuestro objetivo es apoyar a nuestros distribuidores con la apertura de tiendas mono-marca y proporcionarles una plataforma adicional”.

“Los consumidores de hoy son muy conscientes de las marcas y las boutiques ayudarán a mejorar el conocimiento de las marcas entre los consumidores y los minoristas, sobre todo ahora que el mercado se ha vuelto global. Hemos tenido mucho éxito al hacerlo. Nuestra boutique de Ginebra es un ejemplo perfecto en el que hemos aunado nuestras sinergias junto con nuestros socios a largo término Kunz Chronometrie. Ulysse Nardin tiene mucho que ofrecer en términos de innovación de productos, la imagen global y el marketing, mientras que nuestros socios están más familiarizados con el mercado”.

Larry Pettinelli, presidente de Patek Philippe América del Norte:

“No somos minoristas por naturaleza. Tenemos el know-how para hacer relojes, los minoristas están mucho mejor equipados para venderlos. No queremos



Maison Patek Philippe, Shanghai



Corum Boutique, Miami

socavar a los socios que ayudaron a construir la marca. Nuestros distribuidores son los mejores minoristas del país". "Sé que a muchas de las marcas les gustaría ir hacia una presentación de marca única. Creo que eso es muy difícil. En los EE.UU., usted tiene que abrir una boutique en las 20 ciudades que tienen una presentación completa, y aún así se va a perder a personas que no conducirán hacia las ciudades más grandes". "Tenemos algunas grandes cuentas locales en las que la gente de servicio no querían oír hablar de otra manera sobre

ingresos de las ventas al por menor. La exposición directa al mercado y el control de la experiencia del cliente son otras de las grandes ventajas que disfrutan". "Realmente no hay duda de que las tiendas propias de las marcas canibalizan las ventas de los minoristas independientes, la pregunta es en qué medida. Si se hace bien, la boutique de marca deben aumentar la conciencia en un mercado y con ello impulsar el negocio de los minoristas independientes, pero sin duda habrá clientes que opten por hacer negocios con una boutique en

"Hacemos un montón de publicidad y relaciones públicas, pero al final del día, contamos con los comerciantes para hablar de Patek como tercera parte de apoyo." – Larry Pettinelli

Patek. Hacemos un montón de publicidad y relaciones públicas, pero al final del día, contamos con los comerciantes para hablar de Patek como tercera parte de apoyo. Los minoristas pueden señalar las cosas que otros no pueden. Eso sólo podemos conseguirlo con los socios con los que hemos tenido una relación por mucho tiempo".

Ehren Bragg, Director, Devon:

"Al igual que cualquiera, las marcas abren una boutique porque ven el potencial de ganancias. A través del comercio, con el costo de pagar un fijo cada mes, tienen la capacidad de funcionar en ambos lados de la transacción y cobrar todos los

vez de con un minorista independiente debido al prestigio que ofrece su compra y al acceso que tienen al fabricante y sus nuevos relojes".

"En una marea alta que levanta todos los barcos, no puede haber beneficios pasivos para los minoristas por tener una tienda de la compañía en su área. Después de todo, su presencia va a traer más atención sobre la marca y puede ayudar a crear el deseo de los consumidores finales que de otra manera no le habían prestado atención. Los minoristas agresivos pueden tomar ventaja de esta situación al competir en precio – un juego al que los fabricantes no quieren jugar".

"Una boutique de marca dentro de la

huella existente de un minorista es una alternativa mucho más barata. Una vez más, esta es una decisión complicada, con muchas partes móviles. Depende de la confianza que se establece entre

ideas y prioridades y luego se produce el cambio."

"Siempre habrá una necesidad de minoristas independientes. Marcas como Maurice Lacroix dependen hasta en un

"Una boutique de marca dentro de la huella existente de un minorista es una alternativa mucho más barata." – Ehren Bragg

los dos, la impresión del minorista en el mercado y lo que estemos tratando de lograr. Los estudios han demostrado que los consumidores están programados para aceptar precios más altos, en una atmósfera de boutique que en un ambiente multi-marca - beneficiando así tanto al fabricante y al comerciante".

Marc Gläser, presidente, Maurice Lacroix:

"Los beneficios de las boutiques de marca son la capacidad de comunicación del mundo completo de la marca, una oportunidad única para presentar todos los relojes y asegurarse de que un personal bien entrenado y motivado está proporcionando la información correcta sobre todos los componentes clave del reloj".

"En general, no creo que boutiques de marca tomen ventas de los minoristas, y la mayoría de las marcas tratan de evitar entrar en competencia directa con el minorista. Una marca sería no realiza ningún tipo de descuento a los consumidores y por lo tanto tiene una pequeña desventaja competitiva. El consumidor tiene la colección completa en la tienda de marca, donde puede obtener toda la información y si es muy sensible al precio

98 por ciento del minorista independiente y fuerte que representa a la marca de una manera muy profesional".

Thomas Morf, ex CEO de Carl F. Bucherer y Hanhart:

"Las marcas están cansadas de ser vistas en algún lugar de un escaparate o en una estantería donde no se las está promoviendo de la manera correcta. En su entorno, pueden transmitir la imagen que quieren. Y por último pero no menos importante, pueden controlar los precios y tener más margen".

"Por supuesto, las relaciones públicas y la conciencia de marca juegan un papel importante cuando se deciden por una boutique. Estoy seguro de que muchas marcas que tienen boutiques no generan un volumen suficiente para cubrir sus costos. Las boutiques alrededor de todo el mundo hacen que las marcas se vean más grandes de lo que realmente son". "Los minoristas tienden a reaccionar de forma exagerada cuando una boutique está abriendo en su propio territorio. Ellos deben verlo como una oportunidad y hacer un mejor trabajo, brindando un mejor servicio a sus clientes. La competencia hace que te quedes con hambre y te orientes hacia el cliente. Por último, el

"Una marca sería no realiza ningún tipo de descuento a los consumidores y por lo tanto tiene una pequeña desventaja competitiva." – Marc Gläser

puede conseguir un mejor precio en una tienda independiente".

"Si una marca ha tenido una sociedad exitosa, entonces no es justo que la marca abra una boutique. Pero a veces el minorista y la marca cambian sus

cliente compra donde está siendo tratado con respeto y se siente bienvenido. Pero no olvide que una tienda multi-marca todavía puede jugar con la ventaja de guiar al cliente hacia otra marca".

"Las grandes marcas que pueden permi-

tírselo sin duda van hacia las boutiques. Yo lo llamo la estrategia de Louis Vuitton - un menor número de puntos de venta y en las ciudades de primer nivel alrededor del mundo. La marca no va donde está

“Un minorista independiente tiene una gran oportunidad de llevar interesantes marcas de nicho, lo que le distingue de su competencia.” – Thomas Morf

el cliente, el cliente va a tener que ir a donde la marca está disponible”.
“Independientes, los minoristas multi-marca son una necesidad. Piense en ello, qué aburrido sería si sólo las boutiques mono-marca estuvieran allí. Un minorista independiente tiene una gran oportunidad de llevar interesantes marcas de nicho, lo que le distingue de su competencia. Si él está haciendo un buen trabajo, puede promocionar una marca a sus clientes y tener aún más margen. No todos los clientes quieren ver una sola marca al ir de compras, el quiere comparar productos. Esto sólo se puede hacer con los minoristas independientes”.

RETROCESO DE LOS MINORISTAS

Algunos minoristas no se preocupan mucho por las boutiques de marca, pero la mayoría de los minoristas está por lo menos preocupado. Después de todo, los minoristas gastan tiempo y dinero en el desarrollo de una marca, sólo para enfrentarse a la competencia de la propia marca o de perder la marca a una boutique.

No parece justo, ¿verdad?
Las boutiques suelen ser un caso perdido para el minorista independiente - que sin duda va a perder ventas frente a las boutiques y los minoristas no pueden conseguir

los producto que las tiendas pueden. Probablemente la mejor manera de enfocar el tema de las boutiques es dar la bienvenida al reto y a la competencia, viéndolo como una forma de mejorar su propio funcionamiento. Esto es lo que los minoristas tienen que decir acerca de boutiques de marca:

Greg Simonian, presidente de Westime (Los Angeles, EE.UU.):

“Los mercados importantes, como Los Angeles, son donde las marcas hacen un montón de negocios, por lo que es su interés fortalecer su presencia en

“Por otro lado, cada nueva boutique de relojes ayuda a correr la voz acerca de los relojes en general, y potencialmente atrae nuevos fans al redil.” – Greg Simonian

estos lugares importantes a través de boutiques independientes.”

“Tenemos una visión de primera fila de esta tendencia a las boutiques, ya que se Hublot y Richard Mille han instalado boutiques a pocos pasos de nuestra

tienda Westime en Beverly Hills, y ambas marcas también se venden en Westime. Un comprador muy diferente se dibuja en las boutiques mono-marca en comparación con las que ofrecen varias marcas. Los que se dirigen directamente a las boutiques de marca ya tienen una afinidad por esa marca en particular, mientras que los compradores en un lugar como Westime están interesados en ver lo que hay de nuevo en el mercado de una amplia gama de marcas y tal vez descubran algo de lo que nunca habían oído hablar antes. El hecho de que muchas boutiques mono-marca creen relojes de edición limitada en exclusiva para sus boutiques de marca ayuda a dirigir el tráfico a las boutiques sin restar negocio a los independientes cercanos. Además, al menos en una empresa como Westime, nuestros vendedores tienen relaciones muy leales con sus clientes basadas en décadas de buen servicio. Estos clientes tienen una razón para mantenerse.”
“Por otro lado, cada nueva boutique de relojes ayuda a correr la voz acerca de

los relojes en general, y potencialmente atrae nuevos fans al redil. Algunos compran en boutiques de marca y algunos compran a los independientes, y eso es mejor para todo el mundo.”

“La primera ventaja de una tienda

multi-marca es que tiene la capacidad de ofrecer variedad. Igualmente importante es el hecho de que a medida que somos los dueños de los negocios tenemos el poder de la inmediata toma de decisiones. También somos un bastión de descubrimiento, ya que podemos introducir interesantes marcas de relojes independientes para nuestros clientes.”
“Al final del día, es el minorista el que convence a los clientes qué comprar, y tiene la capacidad de cambiar a partir de una marca a otra. En este momento hay más de 600 marcas de relojes fabricados en Suiza, por lo que los independientes siempre tienen espacio para crecer con otras marcas.”

Ayman Nassif, presidente de BTC (Egipto):

«Las relaciones públicas juegan un papel muy importante en la proliferación de la marca. Una boutique de marca crea la personalidad de la marca, la mística y los valores emocionales. Creo que a corto plazo, las ventas pueden disminuir en las tiendas minoristas, es por eso que los minoristas se deben mantener en competencia, deben comprar grandes cantidades para mantener sus márgenes y siempre han de mantener un buen stock en la tienda. Los minoristas independientes se benefician de la publicidad y de relaciones públicas que las boutiques hacen para la marca.”

“Todavía puede ayudar a llevar una marca el hecho de que tenga su propia boutique. Por ejemplo, aquí en Egipto, tenemos una tienda mono-marca Tissot y junto a ella nuestra tienda minorista BTC, que lleva Tissot, y en frente hay otra tienda minorista que lleva Tissot también. Todos vendemos bien.”

“Un minorista independiente puede hacer ofertas y descuentos en los precios de los relojes que atraigan al cliente, o hacer algunas ofertas o de liquidación para liquidar stocks antiguos. Pero en una boutique hay reglas que hay que seguir.”

“Los minoristas independientes tienen un montón de opciones para los clientes,





Tissot Boutique, Sun Stars Mall, Egipto



Ace & Spyer, Amsterdam

pero también en la boutique si los clientes no encuentran lo que quieren no van a comprar nada.”

“Yo creo que las grandes marcas de relojes sólo estarán disponibles en sus propias boutiques en el futuro.” – Ayman Nassif

“Yo creo que las grandes marcas de relojes sólo estarán disponibles en sus propias boutiques en el futuro.”

Jeremy Oster, co-propietario, Oster Jewelers (Colorado, EE.UU.):

“Cada vez más, creo que las marcas están tratando de dominar el mercado minorista e ir directamente a los coleccionistas importantes. Es una oportunidad para mantener cautivo al cliente sin la interferencia de marcas de la competencia como es de esperar en una tienda al por menor independiente multi-marca.”

“Las boutiques de marca realizarán ventas fuera de los minoristas independientes. El único beneficio para los minoristas independientes es una imagen elevada de la marca.”

“Competir con los minoristas locales no es tan fácil en un mercado pequeño con una base de clientes leales. Un minorista independiente ya cuenta con la confianza del consumidor. Si a una marca se la ve como que hace un intento de tener negocios fuera de la tienda que la construyó el este hecho puede apagar al consumidor. Y recuerde, ¡el minorista puede sustituir a la marca con la siguiente marca

caliente que su cliente no ha comprado! Un distribuidor independiente también tiene la libertad de no depender de una

sola marca. Uno de los placeres de ser independiente es que puedo ser honesto y abierto con mis clientes y que puedo recomendar una elección ideal para cada individuo en base a su propio gusto.”

“Las marcas tienen que tener cuidado de no morder las manos que las han alimentado durante tantos años. Si la marca apoya al minorista no hay razón por la que ambos no puedan existir en armonía. La competencia es sana. Sin embargo, el respeto mutuo es la única manera de asegurar un futuro próspero para la industria.”

Alon Ben Joseph, CEO de Ace Jewelers Group (Amsterdam, Países Bajos):

“Los fabricantes comenzaron a ganar terreno sobre los mayoristas y ahora lo están haciendo sobre la distribución minorista. El siguiente paso obvio (que en realidad ya está sucediendo en estos momentos) es la creación de e-boutiques mono-marca”.

“Es una pregunta retórica en mi humilde opinión preguntar si uno cree que las boutiques de marcas toman las ventas de

los minoristas independientes que llevan la misma marca. Nos damos cuenta de que esto ocurre, pero siempre vemos el vaso medio lleno. No sólo es una competencia sana y buena para los negocios, sino que hay un efecto de derrame del poder de marketing en la presencia de una boutique mono-marca en el área de los minoristas independientes”.

“Hay muchos beneficios para las marcas en abrir una boutique mono-marca El más obvio es que su margen de beneficio y retorno de la inversión sube «mucho». Otro

“Hay muchos beneficios para las marcas en abrir una boutique mono-marca El más obvio es que su margen de beneficio y retorno de la inversión sube «mucho».” – Alon Ben Joseph

factor importante es que las marcas (que suelen vivir en una torre de marfil) ganan conocimiento del mercado. Ellos (por fin) interactúan con los consumidores finales en un nivel realista. Y, ese es un valor añadido en el marketing y las relaciones públicas.”

“Cuando esta tendencia de las marcas a abrir sus propias boutiques comenzó hace unos 15 años, estábamos preocupados y molestos. Pero ahora hemos aprendido que aunque los consumidores visitan tiendas mono-marca para experimentar una colección, no siempre están muy contentos de ser servidos allí. No sólo les gusta comparar la marca X con la marca Y y / o la

marca Z, sino que se sienten más a gusto en una tienda independiente que cuenta con el legado y la personalidad. Además de eso, los consumidores están preocupados de que todas las calles secundarias de las principales ciudades del mundo se vean idénticas e impersonales, ¡por lo que están a favor de los minoristas independientes también! Además de eso, los consumidores a menudo encuentran las boutiques mono-marca aburridas, impersonales e incluso arrogantes. Esto hace automáticamente a los minoristas independientes aún más divertidos, agradables y personalizados, lo que es un efecto secundario positivo”.

“El futuro de las boutiques de marca es muy positivo para las marcas. Pero muy negativo para los minoristas independientes y consumidores. Para los minoristas independientes lo veo una cosa muy negativa, ya que realmente creo que en 10 años las marcas high-end/premium obtendrán aproximadamente el 80 por ciento de la distribución al por menor (“bricks & clicks”). Para los consumidores es muy negativo, ya que como la variedad disminuirá, no habrá espacio para las variaciones (es

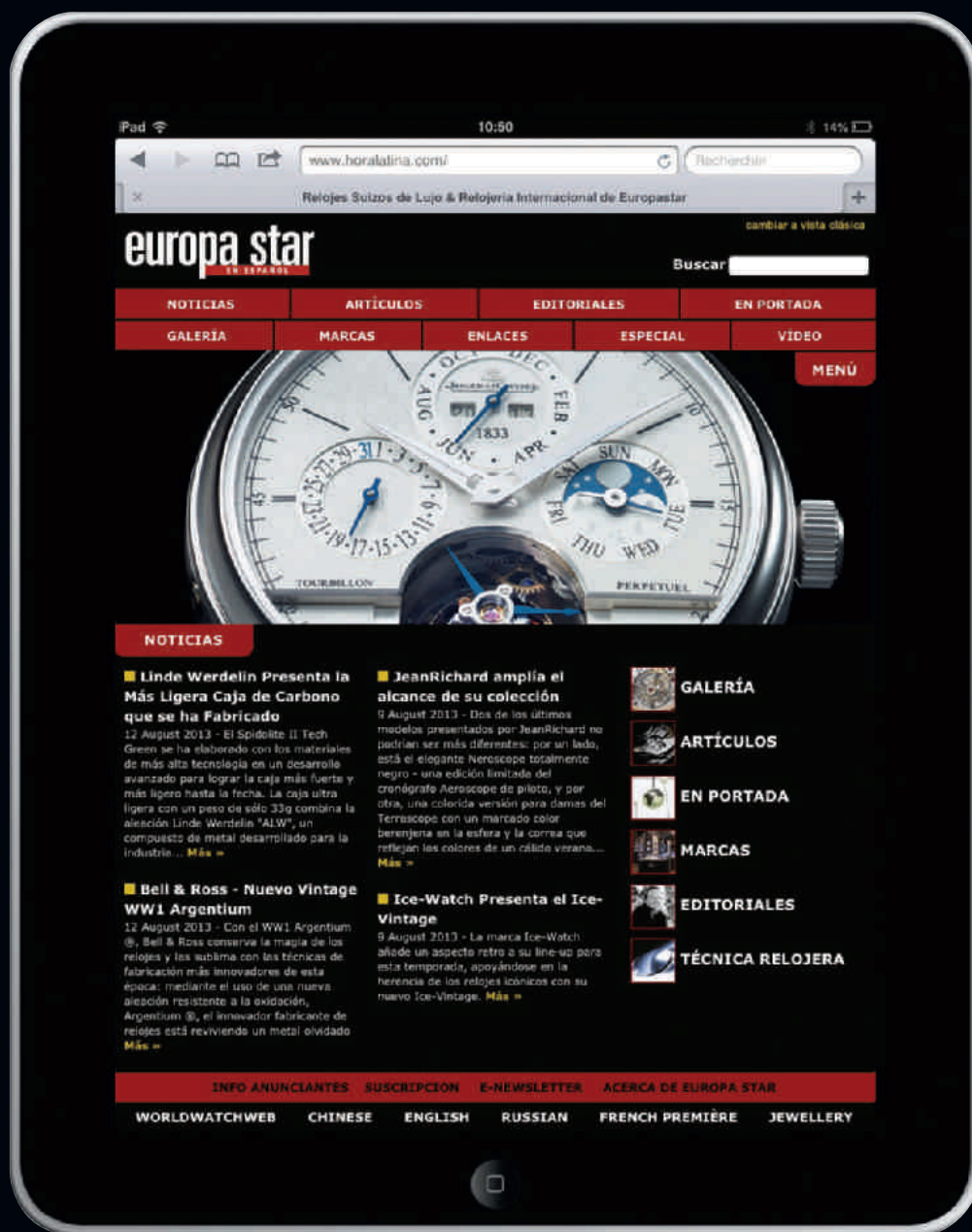
decir: fuera de un pensamiento original) y el negocio se volverá muy impersonal y frío”.

EL FUTURO

Los minoristas independientes no están en peligro de extinción a corto plazo, pero a la velocidad que se están abriendo tiendas en todo el mundo, no es aventurado decir que las boutiques de marca son un hecho de la vida minorista ahora, que los minoristas deben enfrentar. Los mejores comerciantes responderán con mejor servicio al cliente, la mejora del servicio post-venta y mejores prácticas de negocios en general. ■



Europa Star HORA LATINA Web & iPad Especial es una publicación de Europa Star HBM SA
25 route des Acacias, 1227 Carouge – Ginebra Suiza. Para más información, véase los botones «Acerca de Europa Star» y «Contacta» en la misma web www.horalatina.com o www.europastar.es (España). Impreso en Ginebra



Distribuido por correo personalizado en más de 160 países en cinco lenguas diferentes, Europa Star es, sin duda, el Magazine de relojería más influyente en todo el mundo. Nuestras ediciones en papel tienen el soporte de toda una red de websites, también para iPad y se actualizan diariamente con las últimas noticias.

Acceda a las últimas noticias del mundo de la relojería y profundice en los análisis de Europa Star en soporte papel, en la red, y en su iPad.

www.horالاتina.com

europa star